



## **UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACIÓN, VINCULACIÓN Y POSGRADO**

### **DIRECCIÓN DE POSGRADO**

PROYECTO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE MAGÍSTER EN TURISMO MENCIÓN GESTIÓN SOSTENIBLE EN DESTINOS TURÍSTICOS.

#### **TEMA:**

MODELO DE GESTIÓN TURÍSTICA COMUNITARIA QUE CONTRIBUYA AL DESARROLLO TURÍSTICO DE LA COMUNIDAD SAN FRANCISCO DE CUNUGUACHAY, PARROQUIA DE CALPI, PROVINCIA DE CHIMBORAZO.

#### **AUTORA:**

MAGALY ELIZABETH ROJAS CALERO

#### **TUTOR:**

FRANKLIN ROBERTO QUISHPI CHOTO

RIOBAMBA- ECUADOR

2019

## 1. PROPUESTA

### 1.1 Datos informativos de la propuesta

#### Título de la Propuesta

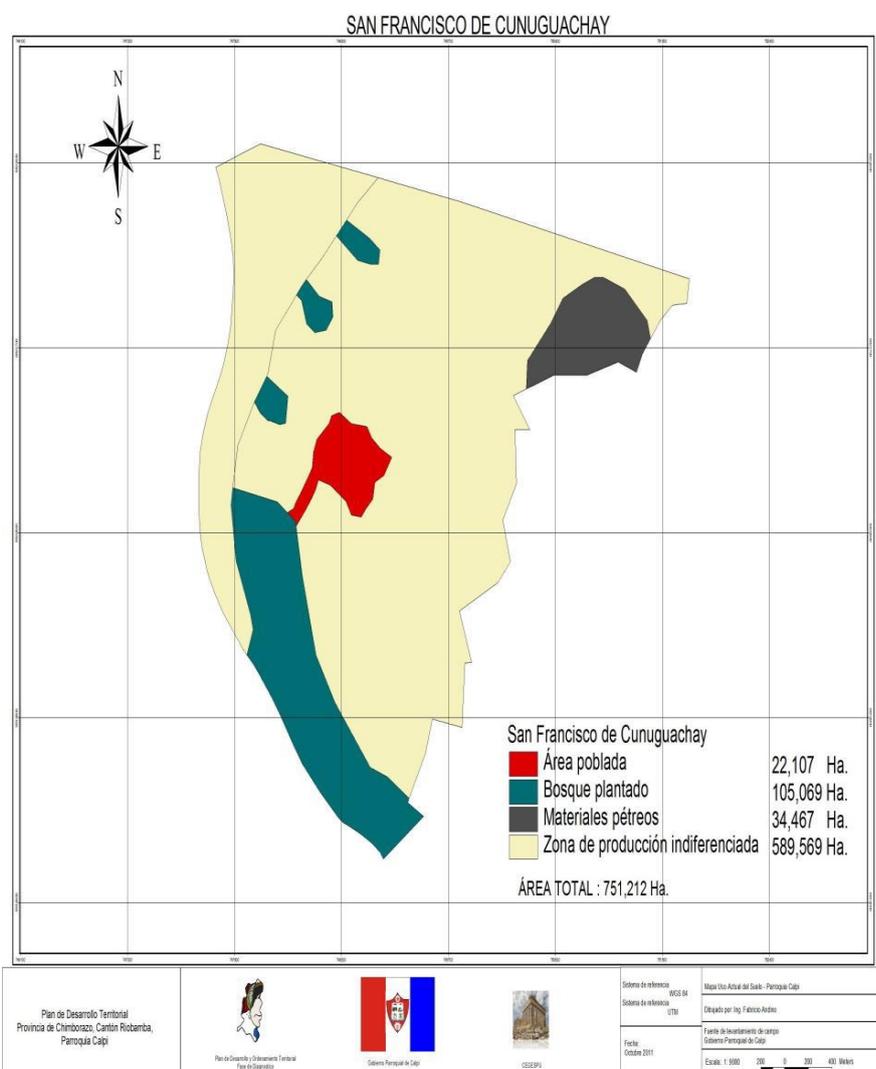
Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

#### Beneficiarios

**Directos:** Asociación de Mujeres del Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”

**Indirectos:** Comunidad San Francisco de Cunuguachay

**Ubicación:** Comunidad San Francisco de Cunuguachay, a 13 km de la ciudad de Riobamba.



*Ilustración 1:* Mapa de la comunidad San Francisco de Cunuguachay  
Fuente: GAD Parroquial Santiago de Calpi (2015)

## **1.2 Antecedentes de la propuesta**

La Comunidad San Francisco de Cunuguachay cuenta con una riqueza natural y cultural que ha venido siendo aprovechada de manera racional, sin embargo es importante mencionar que para alcanzar el desarrollo turístico anhelado es necesario trabajar en conjunto con todos los actores turísticos, con el único fin de potenciar la actividad turística con la base sólida de una comunidad fortalecida y convencida de que el turismo manejado de manera sostenible genera beneficios económicos, sociales, culturales y ambientales.

La propuesta de un modelo de gestión turística comunitaria se crea con la finalidad de que la Comunidad desarrolle la actividad turística de una mejor manera, planificando y gestionando a través de un modelo a seguir, que contribuya al fortalecimiento de esta actividad y con ello beneficie a la localidad en general.

El turismo que se realiza en las comunidades rurales tiene la capacidad de originar un desarrollo integral para la zona, pues puede llegar a mitigar la desigualdad económica, mediante la generación de fuentes de empleo e ingresos, por tanto, la necesidad de gestionar adecuadamente esta actividad puede garantizar la satisfacción del turista y con ello su retorno o la promoción del destino a través de su experiencia, en tal virtud, el modelo de gestión contribuirá en el manejo adecuado de la actividad turística en el sector.

## **1.3 Justificación de la propuesta**

A nivel nacional se está proporcionando más interés al tema del Turismo Comunitario, mismo que con las actividades turísticas que sean respetuosas del ambiente, la cultura y la sociedad; y, que además tengan como base los principios que se practican en la localidad, este tipo de turismo se convertirá en una tendencia que la mayoría de personas querrá disfrutar, en

tal virtud la presente propuesta se la realiza porque la Comunidad de San Francisco de Cunuguachay tiene la necesidad de contar con un instrumento de planificación y gestión que le permita alcanzar el desarrollo turístico que anhela la población.

El turismo comunitario no es únicamente una distracción o pasatiempo, sino que se convierte en una experiencia de vida que se ofrece tanto a turistas nacionales como extranjeros, en tal virtud, es muy necesario fortalecer la gestión siempre y cuando guarde concordancia y articulación con la sostenibilidad, pues en este tipo de turismo existe la participación directa del ser humano, quien se convierte en el principal y más importante actor que busca mejorar la calidad de vida de su familia y extender sus horizontes para proponer nuevas actividades que permitan que en la Comunidad anfitriona se brinden servicios de calidad y con calidez.

## **1.4 Objetivos de la propuesta**

### **1.4.1 Objetivo General**

- Elaborar un Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

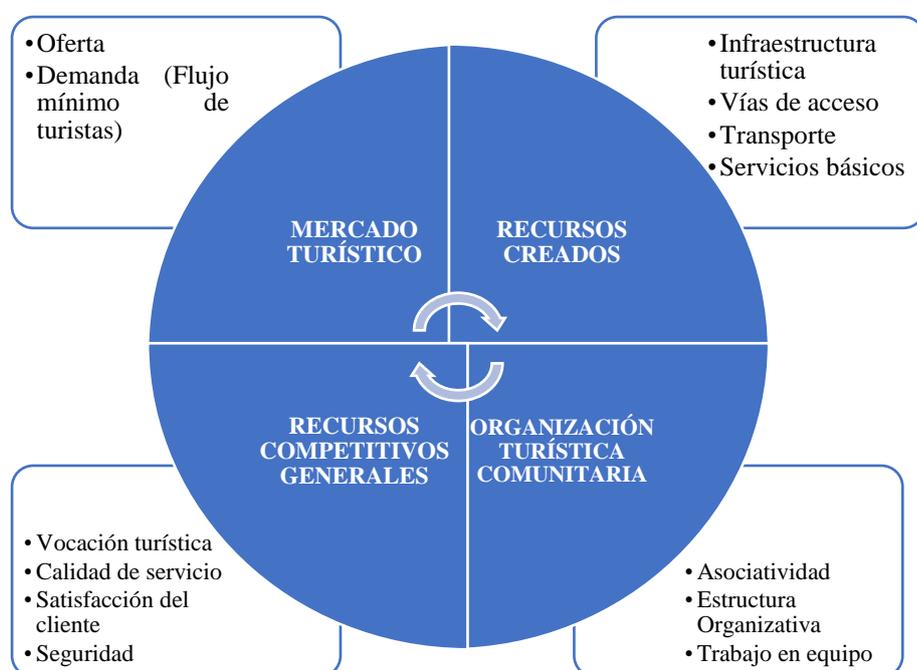
### **1.4.2 Objetivos Específicos**

- Establecer las condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria.
- Determinar los componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria
- Proponer un Modelo de Gestión Turística Comunitaria que contribuya al desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, parroquia de Calpi, provincia de Chimborazo.

## 1.5 Desarrollo

### 1.5.1 Condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria

Adaptada a la realidad actual de la comunidad, se han determinado las siguientes condiciones básicas que se han considerado para la construcción del Modelo de Gestión, como herramienta de planificación para alcanzar el desarrollo turístico del sector. Para el establecimiento de las condiciones básicas requeridas se ha considerado como base las metodologías propuestas por (CODESPA, 2011, p. 37) y (Dwyer & Kim, 2002, p. 4)



*Ilustración 2:* Condiciones básicas requeridas para el Modelo de Gestión Turística Comunitaria  
Fuente: (CODESPA, 2011, p. 37) y (Dwyer & Kim, 2002, p. 4) – Modificada por Magaly Rojas 2019

a) **Mercado Turístico.** - La actividad turística, como cualquier otra actividad económica, tiene como base dos elementos fundamentales que son la oferta y demanda.

La oferta. - hace referencia a los bienes y/o servicios que las organizaciones, empresas o personas tienen la capacidad de vender en el mercado, con la finalidad de satisfacer las necesidades de quien adquiere estos bienes y/o servicios. En la Comunidad San Francisco de

Cunuguachay, como se pudo observar y evidencias a lo largo de la presente investigación cuenta con una oferta variada tanto en recursos naturales como en culturales, es decir cuenta con la condición básica requerida en el presente modelo de gestión.

La demanda turística. - constituye el conjunto de turistas que, de forma colectiva o individual, están motivados o dispuestos a adquirir en un determinado momento a un precio establecido. En este sentido es importante recalcar que la comunidad según la investigación realizada, cuenta con un flujo mínimo de turísticas, quienes en mayor porcentaje son extranjeros. De la misma manera se ha observado que los resultados de la investigación reflejan que según la opinión de la población el flujo turístico es regular, lo que constituye un factor a mejorar mediante la aplicación de estrategias establecidas para el efecto.

**b) Recursos Creados.** - Son todos los medios que han sido construidos por el ser humano y que contribuyen en la producción, venta o distribución de los bienes y servicios ofertados por una empresa u organización. Dentro del turismo los recursos creados que contribuyen para que la actividad surja y se desarrolle de una forma adecuada están:

La Infraestructura turística. -misma que existe en la zona de la presente investigación, pues los principales servicios que oferta son hospedaje y alimentación, para lo cual cuentan con la infraestructura apropiada.

Las vías de acceso. - que son de primer orden, en virtud de su cercanía con la cabecera parroquial y cantonal, lo que le otorga un valor agregado a la comunidad.

El Transporte. -desempeña un papel muy importante, en virtud de a través de este servicio se trasladan los turistas, así como los bienes y materias primas que se requieren para ejecutar la actividad turística, es así que para llegar a la comunidad se puede utilizar varios medios de

transporte: buses, taxis desde la cabecera cantonal, taxis o camionetas desde la cabecera parroquial; y, finalmente camionetas particulares.

Servicios básicos. - La comunidad de San Francisco de Cunuguachay según (GAD Parroquial Santiago de Calpi, 2015) es una de las comunidades a nivel parroquial que cuenta con un sistema de agua potable, al igual que cuenta con servicio de alcantarillado, servicio de electricidad; y, servicio de comunicación fija muy pocas familias; y, móvil que cuenta la mayor parte de la población. Cabe aclarar que dichos servicios son de gran importancia para el desarrollo de actividades turísticas en el sector.

c) **Recursos Competitivos Generales.** – Aspecto muy importante para la comunidad, en virtud de que en la parroquia existen dos comunidades que desarrollan actividad turística y se convierten en la competencia directa de San Francisco de Cunuguachay, en tal virtud se han considerado los siguientes recursos básicos:

Vocación turística. – considerando que la vocación turística es la tendencia natural que posee una persona para realizar una determinada tarea, es imprescindible aclarar que la comunidad cuenta con personas encargadas en desempeñar determinadas acciones, que lo realizan con agrado, lo que constituye de alguna forma una fortaleza en la localidad.

Calidad de servicio. – uno de los aspectos fundamentales es la calidad en el servicio, que no es una decisión optativa para la organización y/o empresa, sino más bien un componente imprescindible para que la empresa tenga éxito o fracase. En este sentido se puede recalcar que si bien en el Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari, se hace todo lo posible por brindar un servicio con calidad, es muy necesario contar con la capacitación frecuente de las personas que directa e indirectamente se encuentran involucradas en la actividad turística.

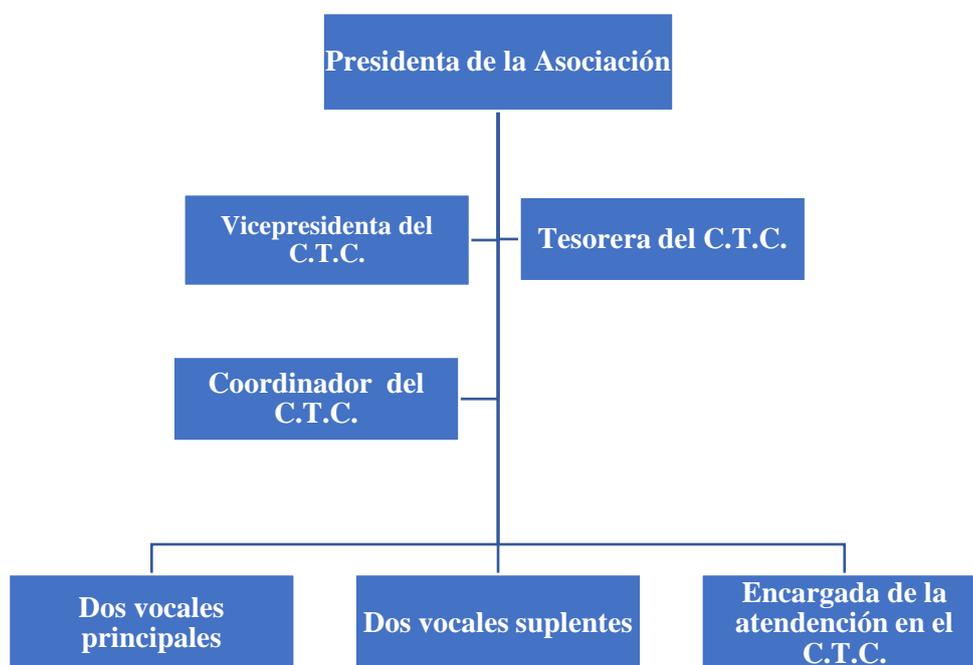
Satisfacción del cliente. – Constituye la base de cualquier empresa, especialmente las turísticas, donde los clientes requieren de servicios y productos que logren su satisfacción y necesidades. Las exigencias de un turista pueden estar especificada con anterioridad por el mismo, o también puede ser definida por la empresa o negocio, sin embargo, en cualquier caso, el turista o cliente determina la aceptación del producto. En este aspecto es importante indicar que luego de haber entablado una conversación a manera en entrevista con tres turistas que se encontraban hospedados en el C.T.C. Quilla Pacari, hicieron mención que el aspecto en que se debería mejorar es en la variedad de platos que ofertan, pues este aspecto es importante considerar, con la finalidad de lograr una entera satisfacción del cliente.

Seguridad. – la seguridad turística se la puede definir como la protección de la integridad física, económica y psicológica de los turistas, así como la de los prestadores de servicios y además la seguridad de todos miembros de la comunidad receptora, en tal virtud se evidencia una falencia en cuanto a este aspecto, mismo que se ha de considerar para mejorar el servicio turístico en la comunidad, sin embargo, se debe aclarar que no han considerado necesario contar con personal de seguridad en virtud de que es una zona bastante tranquila, donde no se han evidenciado dificultades en cuanto a robos, asaltos a personas de la comunidad y mucho menos a turistas.

**d) Organización Turística Comunitaria.** – Una adecuada organización, fortifica las habilidades y capacidades los habitantes de la comunidad, en tal virtud es importante indicar que la comunidad está organizada de manera dirigencial, de igual forma está organizado en el ámbito turístico, sin embargo, es importante considerar este aspecto como una debilidad en cuanto a la relación y trabajo entre las dirigencias, es por esta razón que este aspecto ha sido considerado en la presente propuesta.

Asociatividad. -en la Comunidad San Francisco de Cunuguachay existe una asociación denominada “Asociación de Mujeres del Centro de Turismo Comunitario Quilla Pacari”, misma que está conformada por 60 mujeres, quienes se han organizado para llevar a cabo actividades turísticas en beneficio de ellas y de sus familias.

Estructura Organizativa. – la estructura organizativa de la Comunidad es muy similar a la estructura organizativa de la asociación antes mencionada, en este sentido se menciona la estructura de la Asociación del C.T.C. Quilla Pacari, quienes manejan la actividad turística del sector.



*Ilustración 3:* Organigrama estructural de la Asociación de Mujeres "Quilla Pacari"  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Trabajo en equipo. – considerando que el trabajo en equipo es la cooperación entre dos o más personas para lograr un objetivo en común, es importante indicar que en el C.T.C. , si existe cooperación y trabajo en equipo, sin embargo se considera también como una debilidad en virtud de que la dirigencia comunitaria y la dirigencia del C.T.C. , no realizan actividades

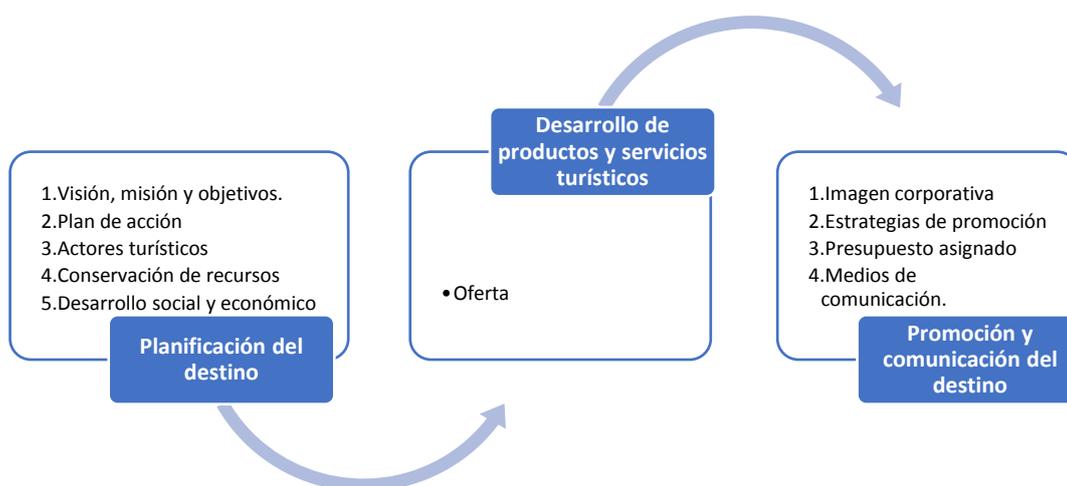
de trabajo en equipo, esta se considera una debilidad, pues es indispensable que las dirigencias estén en constante comunicación y trabajen en beneficio de la comunidad y sus habitantes.

### 1.5.2 Componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria

Luego de realizar la investigación correspondiente se han establecido tres componentes básicos que servirán para construir el modelo de gestión:

- Planificación del destino
- Desarrollo de productos y servicios turísticos
- Promoción y comunicación del destino

Cada uno de los componentes cumple una función específica además de estar estrechamente ligadas con la finalidad de realizar una gestión adecuada y de esta forma mejorar el desarrollo turístico de la Comunidad San Francisco de Cunuguachay. Es importante indicar que ningún componente puede quedar aislado, pues mediante la articulación correspondiente el presente modelo de gestión garantizará resultados favorables en el sector. Conforme lo antes planteado a continuación se plantea la estructura base de cada componente.



*Ilustración 4:* Componentes básicos para construir el Modelo de Gestión Turística Comunitaria  
Fuente: (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza SECO, 2014)– Modificada por Magaly Rojas 2019

### 1.5.2.1 Planificación del destino

En la planificación del destino se considera la misión, visión y objetivos que se desea alcanzar, además de considerar un plan de acción o de trabajo que deberá ejecutar la persona o personas encargadas de la gestión turística, en coordinación con los diferentes actores turísticos, contemplando acciones que tengan que ver con la conservación de recursos, además de plantear estrategias que permitan el desarrollo social y económico del sector y sus habitantes.

En función de lo antes descrito, a continuación, se desarrollan los parámetros antes indicados.

#### a) **Diseño de la misión organizacional**

Ha sido desarrollada de forma participativa, considerando la guía metodológica planteada por Valda (2013)

Tabla 1:  
Directrices para diseñar la misión organizacional

CONCEPTO	DIRECTRICES - PREGUNTAS
Detalla el rol que desempeña en la actualidad la organización, para alcanzar su visión, es la razón de ser de la empresa (Kotler & Armstrong, 2004)	1. ¿Quiénes somos?
	2. ¿Qué buscamos?
	3. ¿Qué hacemos?
	4. ¿Dónde lo hacemos?
	5. ¿Por qué lo hacemos?
	6. ¿Para quién trabajamos?

Fuente: Valda (2013)

Conforme a las directrices para el diseño de la misión, se ha establecido la misión organizacional.

## Misión propuesta

Ofrecer a los turistas nacionales y extranjeros, un turismo de convivencia, naturaleza, auténtico, novedoso, promoviendo el desarrollo sostenible comunitario y otorgando nuevas alternativas de trabajo para los habitantes, quienes a través de la actividad turística contribuyen y fomentan el emprendimiento mediante el aprovechamiento de las capacidades locales con la finalidad de otorgar al turista una experiencia de vida inolvidable y al mismo tiempo incentivar la conservación de la identidad cultural y los recursos con los que cuenta la comunidad.

### b) Diseño de la visión organizacional

Ha sido desarrollada de forma participativa, considerando los parámetros o guía planteada por Valda (2013)

Tabla 2:  
Directrices para diseñar la visión organizacional

CONCEPTO	DIRECTRICES - PREGUNTAS
Corresponde al camino al que se dirige la empresa, a largo plazo; y, sirve de rumbo e incentivo en las decisiones estratégicas de crecimiento, junto a las decisiones de competitividad (Jack, 2000)	<ol style="list-style-type: none"><li>1. ¿Cuál es la imagen deseada de nuestro negocio?</li><li>2. ¿Cómo seremos en el futuro?</li><li>3. ¿Qué haremos en el futuro?</li><li>4. ¿Qué actividades desarrollaremos en el futuro?</li></ol>

Fuente: Valda (2013)

Conforme a las directrices para el diseño de la visión, se ha establecido la visión organizacional.

## Visión propuesta

Ser una comunidad indígena, fortalecida en el desarrollo de las actividades turísticas, agrícolas-productivas; y, artesanales, que generen progreso con calidad, eficiencia, transparencia, con la finalidad de conseguir con una sociedad ambiental, económica y culturalmente sostenible, a través de la producción y consumo responsable de los recursos.

**c) Objetivos de la organización**

- Conservar el patrimonio cultural y natural con el que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.
- Fortalecer la actividad turística, a través de talleres de capacitación que permitirán mejorar la prestación de servicios.
- Generar ingresos económicos adicionales, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.
- Convertir a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay en un modelo de proyecto alternativo y competitivo en materia turística.

**d) Plan de acción y actores turísticos**

El plan de acción constituye una herramienta de planificación que se emplea para realizar una gestión adecuada, además de controlar las acciones o proyectos de una organización. En algunos casos un plan de acción contribuye a convertir los sueños en realidad. Un plan de acción es un modo de asegurarnos de que la visión de nuestra organización se concreta. Según Universidad de Kansas (2017) el plan de acción debería incluir la siguiente información:

Objetivos; acciones; quien las llevará a cabo (actores turísticos); cómo se realizarán; que recursos se requerirán.

Tabla 3:  
Plan de acción y actores turísticos

Objetivos	Acciones	Quién las llevará a cabo (actores turísticos)	Cómo se realizarán	Recursos
<p>Conservar el patrimonio cultural y natural con el que cuenta la Comunidad San Francisco de Cunuguachay.</p>	<p><b>Acciones de conservación del patrimonio cultural:</b></p>			
	<p>Implementar actividades que fortalezcan la práctica de la lengua materna</p>		<p>A través de charlas que concientización y valorización de la cultura.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal)</p>
	<p>Concientizar a los niños, niñas y jóvenes de la importancia en el uso de la vestimenta tradicional.</p>		<p>En la ejecución de eventos sociales (festividades)</p>	<p>Solicitud al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural – Zona 3 (incentivos)</p>
	<p>Coordinar las actividades en las que participa la gente de la comunidad, con la finalidad de impulsar la práctica de juegos tradicionales</p>		<p>donde se pueda evidenciar la riqueza de su cultura.</p>	
	<p>Otorgar incentivos a las personas que practiquen la agricultura de manera ancestral, pues forma parte de los productos que oferta la comunidad.</p>	<p>Dirigentes Comunitarios La Población local.</p>		
	<p><b>Acciones de conservación del patrimonio natural:</b></p>	<p>Instituto Nacional de Patrimonio Cultural</p>		
	<p>Continuar con la reutilización los envases de vidrio o lata para actividades como sembrar plantas.</p>			
	<p>Seguir con la actividad de sembrar plantas nativas en la zona</p>			
	<p>Fortalecer la actividad correspondiente a la reducción el consumo diario de agua.</p>			
	<p>Incentivar el reciclaje en cada uno de los hogares de la comunidad.</p>			

Fortalecer la actividad turística, a través de talleres de capacitación que permitirán mejorar la prestación de servicios.	<p>Capacitación para el sector de Alojamiento (Recepcionista, camarera, información turística, administrador de empresas de alojamiento)</p> <p>Capacitación para el sector de alimentos y bebidas (atención al cliente, seguridad alimentaria, administración de restaurante)</p>	<p>Ministerio de Turismo Ministerio del Ambiente. Dirigentes Comunitarios. Integrantes del C.T.C "Quilla Pacari".</p>	<p>Mediante convocatorias realizadas a las personas interesadas a formar parte de estas capacitaciones.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal)</p> <p>Material de estudio (cuadernos, lápices, esferos, papelotes, etc.)</p>
Generar ingresos económicos adicionales, que permitan mejorar la calidad de vida de la población.	<p>Capacitación en el sector de operación turística (guianza turística, seguridad turística, agente de ventas, manejo de equipos de computación y redes sociales)</p> <p>Capacitación en competencias generales (hospitalidad)</p> <p>Capacitación en conservación del ambiente, flora y fauna.</p> <p>Capacitar a la población en elaboración de artesanías (suéteres, guantes, etc.)</p> <p>Generación de micro emprendimientos en la comunidad, utilizando materia prima generada en la zona (elaboración de quesos, dulces de leche, entre otros)</p>	<p>Ministerio de Turismo.  Ministerio de Agricultura, Acuacultura y pesca.</p>	<p>Mediante convocatorias realizadas a las personas interesadas a formar parte de estas capacitaciones.</p>	<p>Espacio físico (casa comunal)</p> <p>Materiales (hilo, aguja, botones, etc.)</p>
Convertir a la Comunidad San Francisco de Cunuguachay en un modelo de proyecto alternativo y	<p>Generar actividades vinculadas a los objetivos de desarrollo sostenible, respetando los recursos que posee el sector; y, a la vez aprovechando de forma sostenible la riqueza natural y cultural para beneficio de la población.</p>	<p>Dirigentes comunitarios. Población local. Asociación del Centro de Turismo Comunitario "Quilla Pacari"</p>	<p>Reuniones y charlas informativas de las actividades que se están realizando en</p>	<p>Espacio físico (casa comunal)</p>

competitivo en materia turística.	Adaptarse a la tecnología y nuevas formas de comunicación. Innovar productos y servicios que se oferta en la comunidad.  Involucrar a mayor parte de la población en las actividades turísticas del sector.	beneficio de la comunidad.
-----------------------------------	--	----------------------------

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

**e) Conservación de recursos**

El uso turístico que se les de los recursos culturales y naturales con los que cuenta la comunidad San Francisco de Cunuguachay, no puede ni debe causar la pérdida de sus valores principales o fundamentales, ni su autenticidad, al contrario, a través de la actividad turística se debe precautelar su valor, pues este mencionado valor constituye la causa fundamental para que estos recursos sean visitados por propios y extraños. Además de su conservación dependen el mantenimiento y/o incremento del flujo turístico en la zona.

**f) Desarrollo social y económico**

Al hablar de desarrollo social y económico, se hace referencia directamente a la sostenibilidad, pues una comunidad sostenible garantiza un apropiado desarrollo social, económico, ambiental y cultural del territorio; y, por ende, el desarrollo de sus habitantes. El desarrollo social y económico es el objetivo a alcanzar mediante la actividad turística, pues el turismo disminuye la pobreza que en la actualidad es una amenaza para los seres humanos y el ambiente, en virtud de que la gente más pobre en el mundo, es de igual forma sufre en gran medida la contaminación y la degradación ambiental. A través del turismo comunitario se

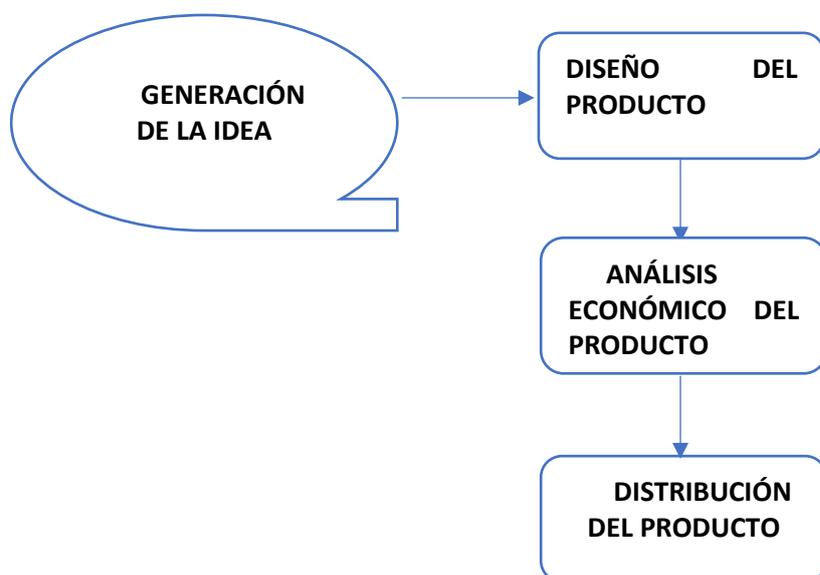
pretende satisfacer las necesidades básicas de la población receptora, así como busca la satisfacción del turista.

### ***1.5.2.2 Identificación de productos y servicios turísticos***

Los productos y servicios, deben estar diseñados acorde a la tendencia actual del mercado turístico; y cuyo objetivo principal sea lograr una experiencia excepcional para el turista.

Se plantea el siguiente producto turístico, en función de los recorridos realizados por los atractivos culturales del sector, y en base a lo planteado por (Nasimbay & Cejas, 2015) que menciona que la característica principal de un producto turístico son los elementos tangibles e intangibles, que posibilitan el desarrollo de diferentes actividades en los destinos.

**Producto Turístico para la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, se diseña en función de la metodología planteada por** (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, 2015)



*Ilustración 5:* Estructura del producto turístico  
Fuente: Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2015)

- a) **Generación de idea.** – para la generación de idea se han desarrollado los siguientes elementos: Identificación preliminar del producto; Concepto y atributos del producto; Análisis de la demanda en el sector, Análisis de la competencia; Sostenibilidad cultural.

- **Identificación preliminar del producto.** – se realizó una reflexión en torno a las siguientes interrogantes ¿Qué producto turístico cultural tiene en mente?; ¿Qué ventajas ofrece a los turistas?; ¿Cuál es la diferencia del producto con otros presentes en la zona?
- **Concepto y atributos del producto**

Tabla 4:  
Concepto y atributos del producto

CONCEPTO	ATRIBUTOS DEL PRODUCTO
<b>Incentivar a los turistas a vivir como agricultor por un día.</b>	<p>El turista podrá vivenciar la práctica de actividades agrícolas de épocas antiguas (ancestral) que aún se practican en la actualidad en la localidad.</p> <p>Se otorgará valor a una de las actividades consideradas como parte de los atractivos culturales del sector.</p> <p>Transmitir al turista la forma de vida diaria en el campo.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Análisis de la demanda en el sector.** –Se identifica las necesidades y preferencias de los turistas que visitan la comunidad.

Tabla 5:  
Análisis de la demanda en el sector

¿QUIÉNES SON?	¿QUÉ BUSCAN?
<p>Los turistas que visitan la Comunidad San Francisco de Cunuguachay, son en su mayoría extranjeros de entre 25 y 50 años de edad.</p> <p>De igual forma los turistas nacionales que llegan a la comunidad, que son en menor número, tienen entre 27 y 55 años de edad.</p>	<p>Los turistas nacionales y extranjeros, tienen una característica en común, pues buscan actividades en las que pueden ser partícipes directos y no simplemente ser observadores de lo que realizan otras personas, pretenden vivir experiencias únicas e inolvidables.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Análisis de la competencia**

Tabla 6:  
Análisis de la competencia

<b>Centros de Turismo Comunitario</b>	<b>Producto ofertado</b>	<b>Costo</b>	<b>Ventajas respecto del producto propio</b>
Palacio Real	<p><b>Museo Cultural de la Llama.</b> - Aquí se observan características de los camélidos andinos, especialmente de la llama, conocida como la Reina de los Andes.</p> <p><b>Centro de Artesanías.</b> - Ofrecen artesanías como: elaborados con lana de alpaca, además se puede observar zapatos, pomadas y ungüentos.</p> <p><b>Hilandería.</b> - Lugar donde se observa el proceso de transformación de la fibra de llama y alpaca para la obtención de hilos que son utilizados en la elaboración de diferentes prendas de vestir.</p> <p><b>Senderos interpretativos Simón Bolívar y Mira Loma.</b> - Recorridos que se realizan con un guía nativo, que narra historias y explica la utilidad medicinal de las plantas del sector.</p> <p><b>Servicio de Hospedaje.</b> – en la vivienda de una familia de la comunidad</p> <p><b>Servicio de Alimentación.</b> en el restaurante del C.T.C</p>	<p>\$16,00 por noche, incluye desayuno y cena</p> <p>\$ 6,00 almuerzo plato fuerte con carne de llama, chicha de quinua y postre.</p> <p>\$ 3,00 almuerzo simple.</p>	<p>Este Centro de Turismo Comunitario se encuentra ubicado alrededor de 2 km antes del C.T.C. “Quilla Pacari”.</p> <p>Existe una mejor organización al momento de recibir al turista.</p> <p>Las guías o las personas que atienden a los turistas utilizan colores uniformes, por ende, otorgan mejor imagen ante el turista.</p>
La Moya	<p><b>Museo.</b> - Con 2 salas interpretativas donde se observa la historia de los Hieleros de la comunidad; sus tradiciones, costumbres, es decir la vida misma de los habitantes de la zona, relacionada con la montaña.</p>	<p>\$ 5,00 recorrido por senderos, con guía.</p>	<p>Este Centro de Turismo Comunitario cuenta con museos muy bien acondicionados.</p>

<p><b>Guianza.</b> - en el Museo de la Montaña “Urkukunapak Huasi”</p> <p><b>Senderos Interpretativos:</b> el recorrido tiene una duración aproximada de 2 horas, donde se observa la flora y la fauna presente en el territorio. Los senderos son: LOBO ÑAN; INKA ÑAN; RUTA DE LOS HIELEROS.</p> <p><b>Visita y compra de artesanías.</b> - últimamente la comunidad se ha dedicado a la crianza de llamas y alpacas, con la finalidad de ocupar su fibra y ofrecer artesanías a los turistas, a cómodos precios.</p> <p><b>Servicio de Hospedaje.</b> – en Urkukunapak Wasi que significa casa de las montañas.</p> <p><b>Servicio de Alimentación.</b> - en el restaurante del C.T.C</p>	<p>\$ 6,00 almuerzo (Sopa, plato fuerte y jugo)</p> <p>\$ 7,00 platos a la carta.</p> <p>\$15,00 por noche, incluye desayuno.</p>	<p>Existe una mejor organización al momento de recibir al turista.</p> <p>Las guías conocen y manejan muy bien las historias y leyendas de la comunidad.</p>
---	---	--

---

Fuente: GAD Parroquial Santiago de Calpi (2015)

- **Sostenibilidad Cultural.** – La presente investigación refleja que el 18% de los encuestados realizan prácticas agrícolas ancestrales, en tal virtud es muy importante que se genere conciencia en la población local, respecto de la valoración y preservación de este recurso cultural, mediante charlas y capacitaciones que permitan incentivar a que las presentes y futuras generaciones vean la agricultura ancestral como una actividad alternativa, que utilizada de forma sustentable contribuye a mejorar los ingresos económicos de quien la practique y sobre todo a contar con un producto turístico en la comunidad que haga la diferencia frente a la competencia.
- b) **Diseño del producto.** - **Es fundamental desarrollar los 3 elementos que lo conforman:** Identificación y caracterización de sus clientes; Requerimientos del producto turístico; Componentes básicos del producto turístico.

- **Identificación y caracterización de los potenciales clientes**

Tabla 7:  
Identificación y caracterización de los potenciales clientes

¿Quiénes son?	¿Qué buscan?
<p>Los potenciales turistas nacionales que consumirían el producto son aquellos que oscilan 26 y 49 años de edad, que visitan la ciudad de Riobamba.</p> <p>De igual forma los potenciales turistas extranjeros que consumirían el producto son aquellos que se encuentran en una edad comprendida entre 18 y 65 años de edad.</p>	<p>Los turistas nacionales y extranjeros, hombres y mujeres están dispuestos a conseguir autenticidad en sus experiencias turísticas.</p>

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Requerimientos del producto turístico**

Tabla 8:  
Requerimientos del producto turístico

Producto turístico	Atributo	Requerimiento	¿Cómo hacerlo?
<b>“VIVA COMO AGRICULTOR POR UN DÍA”</b>	Intervención directa de los turistas, en las actividades agrícolas.	Tener un acercamiento previo con la población (agricultores) que intervendrá en el proyecto.	Charlas y capacitaciones básicas en el tema turístico.
	Utilización de herramientas, implementos y/o materiales que se empleaban antiguamente.	Tener disponibles las herramientas, implementos y/o materiales de la época que se encuentren en muy buen estado.	Capacitación básica en hospitalidad y atención al cliente. Elaborar un inventario de las personas y familias que realicen las prácticas agrícolas ancestrales; y, que cuenten con las herramientas necesarias para el efecto.

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

- **Componentes básicos del producto turístico.**

Tabla 9:  
Componentes básicos del producto turístico.

<b>Actividades</b>	<b>Horario</b>	<b>Recursos y/o herramientas</b>
Desayuno	07:00 – 08:00	Alimentos disponibles en la comunidad.
Charla respecto del procedimiento para ordeñar vacas.	08:00 a 10:00	Salón de reuniones
Realizar el proceso del ordeño, típico de las comunidades de la Sierra Ecuatoriana.		Especies animales (Vacas) Cubetas Agua Jabón Guantes de látex Predisposición de los turistas para realizar la actividad.
Practicar la técnica indígena del arado utilizando la “Yunta” como técnica agrícola en el proceso de preparación de la tierra para realizar el sembrío en la Comunidad.	10:00 a 12:00	Especies animales (Bueyes / Asnos) Yunta en buen estado Chakra
Almuerzo típico	12:00 a 14:00	Comida típica de la comunidad.
Recorrido de observación del pastoreo. Participación en el proceso de corte de alfalfa.	14:00 a 16:00	Terreno con sembrío de alfalfa Una oz Soguilla o cuerda.

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

c) **Análisis Económico**

Tabla 10:  
Análisis Económico del producto propuesto

<b>CONVIÉRTETE EN AGRICULTOR POR UN DÍA</b>						
<b>Duración:</b> 1 día						
<b>Dificultad:</b> Moderado						
<b>COSTOS GENERALES</b>	<b>Cant.</b>	<b>Precio Unitario</b>	<b>Rango de pax</b>			
			<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Guía Nativo	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
Transporte	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 5,00
Prestador del servicio	1	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00	\$ 12,00
Yunta	2	\$ 12,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00	\$ 24,00
<b>TOTAL COSTOS GENERALES</b>			<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>	<b>\$ 49,00</b>
<b>COSTOS INDIVIDUALES</b>						
Desayuno	1	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 6,00	\$ 9,00	\$ 12,00
Almuerzo	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 10,00	\$ 15,00	\$ 20,00
<b>TOTAL COSTOS INDIVIDUALES</b>			<b>\$ 8,00</b>	<b>\$ 16,00</b>	<b>\$ 24,00</b>	<b>\$ 32,00</b>
<b>COSTOS TOTALES POR PERSON</b>						
TOTAL COSTOS GENERALES			\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00	\$ 49,00
TOTAL COSTOS INDIVIDUALES			\$ 8,00	\$ 16,00	\$ 24,00	\$ 32,00
<b>TOTAL COSTOS</b>			<b>\$ 57,00</b>	<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 73,00</b>	<b>\$ 81,00</b>
<b>Subtotal</b>			\$ 57,00	\$ 65,00	\$ 73,00	\$ 81,00
<b>Iva 12%</b>			\$ 6,84	\$ 7,80	\$ 8,76	\$ 9,72
<b>Total</b>			\$ 63,84	\$ 72,80	\$ 81,76	\$ 90,72
<b>Precio de venta final</b>			\$ 63,84	\$ 36,40	\$ 27,25	\$ 22,68

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

El producto propuesto cuenta con un gran valor cultural, por tanto, aquellos turistas que compren este producto valoran las actividades que con esfuerzo y voluntad se sostienen en el tiempo.

d) **Distribución del producto.** - Se convierte en el último paso en la elaboración del producto turístico, se compone de dos aspectos: Posición del producto; Canales de distribución:

Tabla 11:  
Posicionamiento del producto propuesto

---

**Descripción del posicionamiento**

---

Considerando el sector donde se ofertará el producto, el mismo se convertirá en una oferta complementaria a aquellos productos y servicios que ya son conocidos y se han establecido desde hace algún tiempo.

Al convertirse en una oferta complementaria, será ofertado a aquellos turistas que visitan la comunidad, sin embargo, no se descarta que con el tiempo y a través de la experiencia adquirida, se lo ofertará, como producto principal; y, conforme a las necesidades se establecerán las estrategias que se consideren convenientes en ese momento.

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Tabla 12:  
Canales de distribución del producto

---

**Descripción de los Canales de distribución**

---

En la primera fase en la que el producto se da a conocer, es recomendable que se trabaje con intermediarios, es decir a través de agencia de viaje y operadoras de turismo. De la misma manera, es importante mencionar que en esta primera etapa se ofertará el producto directamente a los turistas que lleguen a la Comunidad y al Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, con la finalidad de aprovechar el flujo turístico con el que actualmente cuanta el sector.

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

### ***1.5.2.3 Promoción y comunicación del destino***

Es importante desarrollar estrategias de que permitan promocionar el destino turístico, dichas estrategias deben ser establecidas en coordinación con los diferentes actores

involucrados. Los esfuerzos que se realicen en este sentido mejorarán la comercialización en los diferentes niveles.

Con la finalidad de fortalecer la promoción y comunicación del destino se han propuesto las siguientes estrategias para el destino turístico en general:

Tabla 13:  
Estrategias de promoción y comunicación

<b>Estrategias</b>	<b>Acciones</b>	<b>Responsable</b>	<b>Inversión estimada</b>	<b>Ejecución</b>	<b>Observación</b>
Contar con una imagen turística que identifique a la Comunidad.	Elaboración de una imagen corporativa	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	80,00	Mayo- Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
	Diseño de una página web, que permita comunicar a los turistas nacionales y extranjeros la existencia del C.T.C.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	300,00	Junio – Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
Perfeccionar las capacidades del personal que labora en el C.T.C, “Quilla Pacari”, en el uso de herramientas digitales para la promoción y difusión turística del sector.	Asesoramiento técnico en estrategias de marketing digital, Search Engine Optimization (Posicionamiento en buscadores-optimización en motores de búsqueda).	Asociación de Mujeres del C.T.C. “Quilla Pacari”	500,00	Febrero- Abril 2020	A ejecutarse con presupuesto del C.T.C. .
	Creación de una fanpage para difundir las actividades y los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	0,00	Junio – Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable

	Pautar las actividades y los recursos turísticos con los que cuenta la comunidad.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	50,00	Junio - Diciembre 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
Contar con un punto de información turística en el C.T.C.	Identificación de los atractivos naturales a través de la georreferenciación y elaboración de mapas, para facilitar su ubicación.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	200,00	Mayo- Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
	Personal capacitado para otorgar información turística en la zona.	Asociación de Mujeres del C.T.C. "Quilla Pacari"	300,00	Enero- Diciembre 2019	A ejecutarse con presupuesto del C.T.C. .
	Elaboración de llaveros que contengan la imagen corporativa.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	30,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable.
Contar con souvenirs, que se oferten a los turistas nacionales que visiten el C.T.C.; actividad que además servirá para difundir y posicionar la imagen corporativa.	Diseño de un panel informativo, de contactos.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	10,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable
	Diseño de shopping bags personalizadas, para entregar los artículos adquiridos por los turistas.	Magaly Rojas Estudiante - Posgrado UNACH	10,00	Junio 2019	Ejecutada con presupuesto del responsable (diseño)

---

Elaborado por: Magaly Rojas 2019

a) **Imagen corporativa**



*Ilustración 6:* Imagen corporativa de la comunidad  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

Para conservar viva una imagen corporativa, es importante refrescarla, para lograr que ésta sea positiva, pues permanecerá en la mente del consumidor; y, al mismo tiempo conquistará nuevos clientes, que lograrán que la empresa u organización permanezca en el tiempo.

Según (Hefting, 1991) la imagen corporativa es el distintivo de la organización o empresa, es lo que la representa, la mencionada imagen debe estar grabada en todas aquellas partes que comprendan a la empresa, con la finalidad de repetir su imagen y posicionar está en el mercado.

**En función de lo antes descrito, es importante describir la imagen turística propuesta para la comunidad San Francisco de Cunuguachay:**

**Slogan:** “Vive su identidad, aventura y tradición”

**Descripción del logotipo:** El logotipo se ha diseñado en función del servicio turístico con mayor acogida por parte de los turistas nacionales y extranjeros en la en la comunidad, además cabe resaltar que en él se ve representado la actividad agrícola que desarrollan en el sector; y, la parte de la naturaleza plasmado en los árboles que representa la vida y la fertilidad de la tierra.

**Cabaña:** Representa la vivienda típica de las áreas rurales de la región Sierra, elaborada con materiales de la zona, que no altera el ecosistema y armoniza con el ambiente natural de la zona.

**Sembríos:** Agricultura ancestral que aún se practica en la comunidad, misma que constituye una de las actividades que realizan los turistas al momento de interactuar con los habitantes del sector.

**Naturaleza:** Representada por los árboles, constituye el hábitat de muchos seres vivos, que están en interacción con la humanidad.

**Colores:** El color café expresa confortabilidad, humildad, equilibrio, además de representar el color de la tierra donde se desarrolla la vida misma.

El color blanco representa la bondad de la gente que acoge a los turistas que visitan el sector, es un color que a pesar de no considerarlo imponente o llamativo, causa una influencia positiva en las personas.

## **b) Medios de comunicación**

Dentro de los medios de comunicación que han sido creados para dar a conocer la oferta turística con la que cuenta la comunidad están:

## Creación de una página web: [www.quillapacari.com](http://www.quillapacari.com)



Ilustración 7: Página web creada  
Elaborado por: Magaly Rojas

## Creación de una Fanpage en Facebook:

La Fanpage es una página que ha sido creada con la finalidad de constituir una canal de comunicación con seguidores o fans dentro de Facebook, pues las fanpages son zonas que congregan a personas con interés en un determinado asunto.



Ilustración 8: Creación de una Fanpage  
Elaborado por: Magaly Rojas 2019

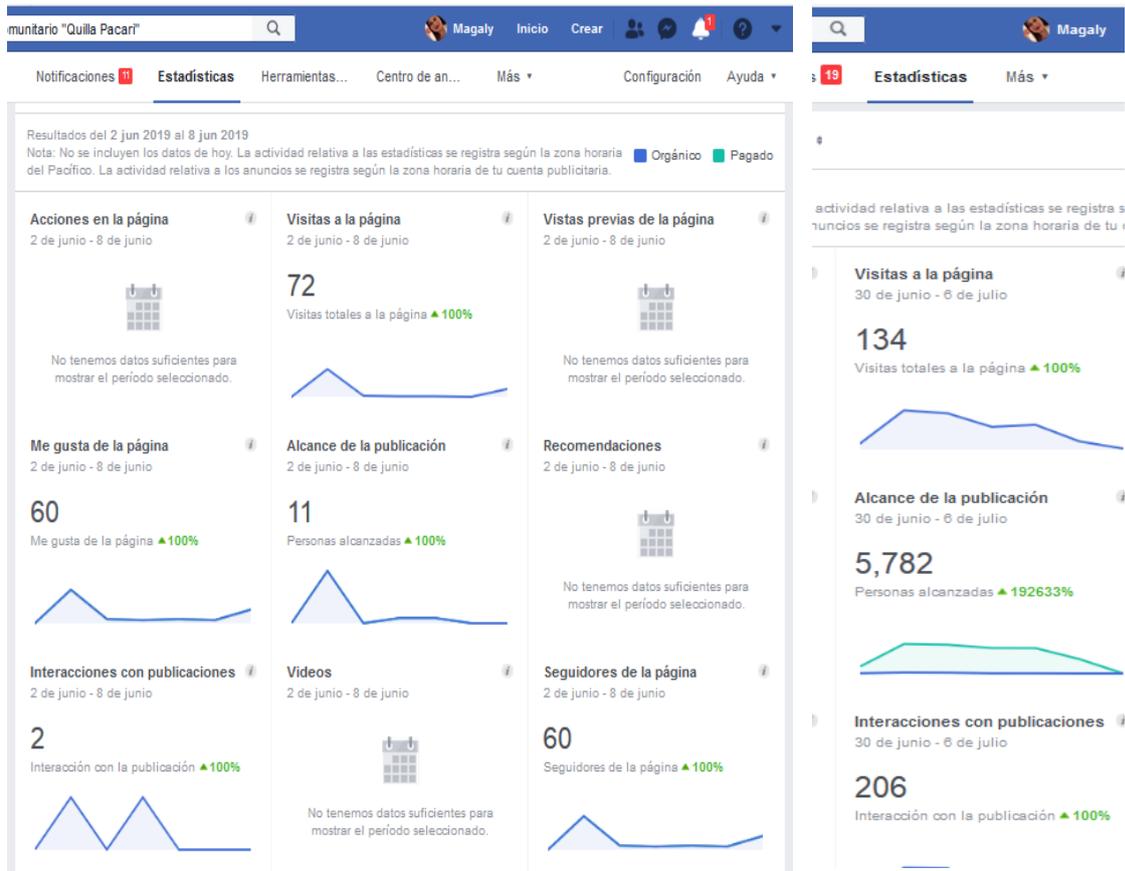


Ilustración 9: Resultados alcanzados en la Fanpage  
 Elaborado por: Magaly Rojas 2019

c) **Elaboración de souvenirs:**



Ilustración 10: Diseño de llaveros  
 Elaborado por: Magaly Rojas



Ilustración 11: Panel informativo  
Elaborado por: Magaly Rojas



Ilustración 12: Diseño de imanes  
Elaborado por: Magaly Rojas



*Ilustración 13:* Diseño de Shopping bag  
Elaborado por: Magaly Rojas

1.5.3 Modelo de Gestión Turística Comunitaria

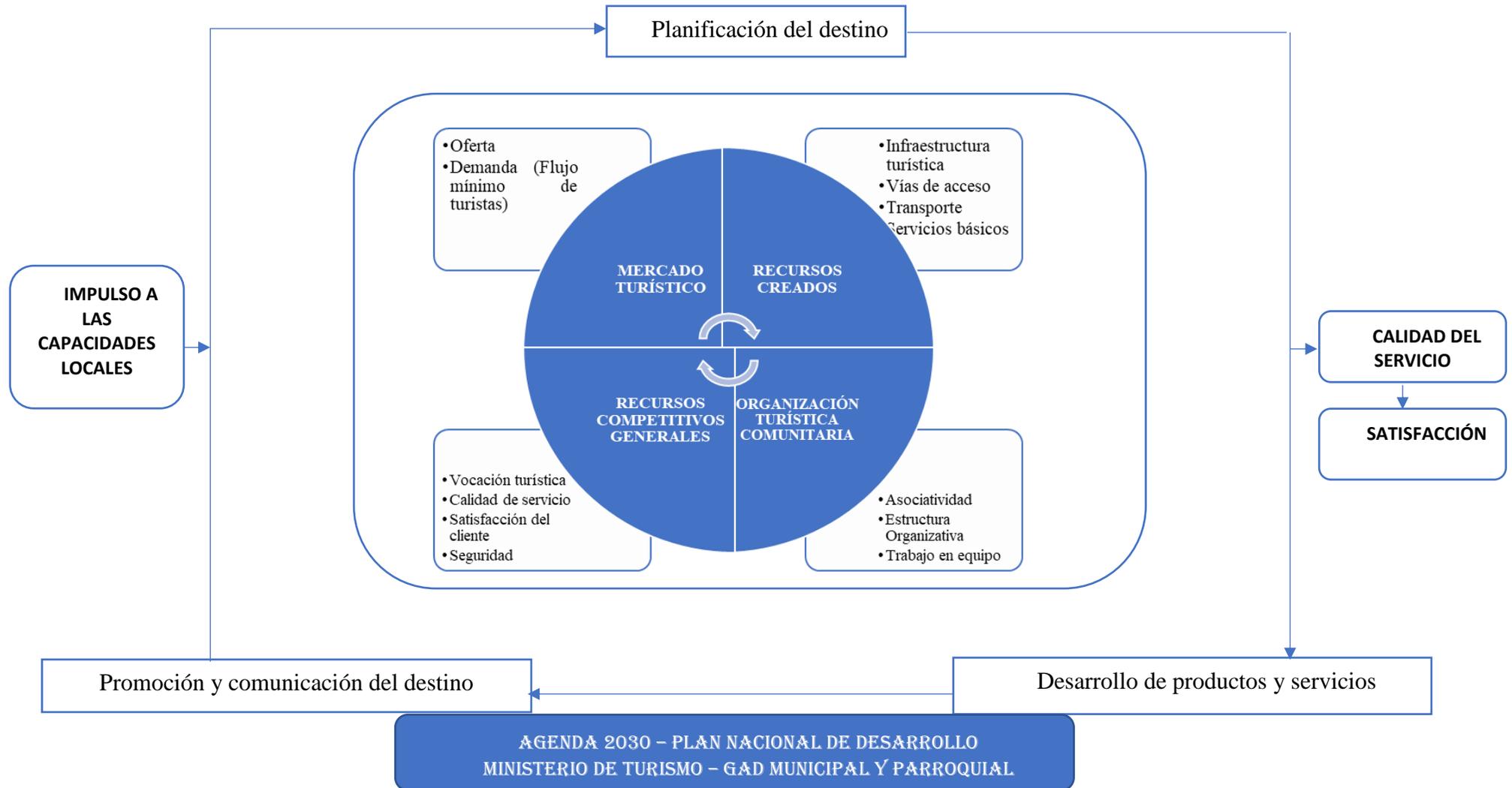


Ilustración 14: Modelo de Gestión Turístico Comunitario propuesto  
Elaborado por: Magaly Rojas

Como parte de las estrategias principales que se considera en el modelo de gestión están:

- **El impulso a las capacidades locales**

Consiste en generar y/o fortalecer las capacidades personales, grupales y organizacionales que son importantes para la ejecución de actividades turísticas. En este sentido es indispensable que el personal cuente con un nivel de especialización, considerando la actividad que desarrolle.

Esta estrategia debe ser considerada en todo tipo de proyecto que se realice en la comunidad, independientemente del sector en el que se desarrolle, pues a través de las capacidades locales, la población puede mejorar su nivel de conocimiento, instrucción, por ende, pueden salir adelante por sus propios medios.

- **La calidad del servicio**

La calidad del servicio en el tema de turismo comunitario, no se trata de estandarizar procesos con estándares internacionales de calidad, sino de considerar el medio sociocultural donde se desarrolla la actividad turística, es decir se habla de calidad cuando se busca mejor u optimizar el servicio, en base a la oferta turística comunitaria, buscando siempre la satisfacción necesidades del turista.

- **La satisfacción del cliente**

Nace de la necesidad que tiene para una organización o empresa de saber la opinión de los turistas o clientes, lo que posteriormente dará paso a establecer las acciones de mejora en dicha organización.

## CONCLUSIONES

- San Francisco de Cunuguachay es una población que cuenta con un patrimonio cultural y natural que se aprovecha de forma sostenible, sin embargo, requiere del soporte técnico capaz de desarrollar y gestionar de mejor manera la actividad turística en el sector, conforme los estándares y tendencias actuales.
- Mediante la presente investigación se han establecido las condiciones básicas requeridas para continuar con trabajando en el ámbito turístico, no obstante, las condiciones básicas se verán afectadas si no existe una adecuada gestión por parte de los actores turísticos del sector.
- A través de la propuesta se han establecido los componentes básicos del Modelo de Gestión Turística Comunitaria, mismos que han sido creados y desarrollados de tal forma de que contribuyan al desarrollo turístico de la comunidad. Es así que dentro del primer componente que corresponde a la planificación del destino se ha desarrollado la misión, visión y objetivos que permitan que la comunidad cuente con un horizonte claro de lo que es y a dónde quiere llegar, de la misma forma se creó un plan de acción que permitirá fortalecer el trabajo en materia turística. En lo que corresponde a desarrollo de productos y servicios turísticos se ha propuesto un producto que le permita diferenciarse de los competidores “Viva como agricultor un día”; y finalmente se ha creado y desarrollado estrategias de promoción y comunicación como creación de una imagen corporativa; creación de una página web, creación de una fan page, elaboración de souvenirs, de tal forma que mediante estas acciones el destino turístico sea conocido; y, atractivo para propios y extraños.

- El Modelo de Gestión Turística Comunitaria, ha sido desarrollado en función de metodologías participativas que permitan la optimización y mejoramiento de resultados en el Centro de Turismo Comunitario “Quilla Pacari”, que es donde se concentra y desarrolla la actividad turística de la Comunidad.

## RECOMENDACIONES

- El turismo debe ser considerado como un eje importante de desarrollo económico que mejore la calidad de vida de la población, a través del aprovechamiento sostenible de los recursos naturales y culturales con los que cuenta la comunidad.
- Es importante que la Comunidad considere la propuesta generada en el presente trabajo de investigación, pues constituye una herramienta en la que se evidencian las condiciones básicas y los componentes fundamentales para un adecuado desarrollo turístico en la comunidad.
- Con la experiencia del trabajo realizado campo, se construyó un modelo de gestión afín a la realidad del sector; y, puede ser de utilidad o servir como referente para zonas con similares características.
- Se recomienda que en el transcurso del tiempo y conforme las tendencias de la época, además del avance la tecnología, la comunidad deberá ir mejorando e innovando los productos y servicios que oferta, con la finalidad de convertirse en un destino competitivo e incrementar el flujo turístico, siempre con la consigna de atender con calidad y calidez a los turistas nacionales y extranjeros que visiten la comunidad.